媒体融合是传统媒体向纵深发展的必由之路

薄凯文
（吉林广播电视台新闻中心，吉林 长春 130000）

摘 要：伴随移动互联网进入发展黄金期，新媒体成为当下信息传播的主通道。新媒体的加速扩张对传统媒体构成巨大威胁，用户流失、广告收益下滑，传统媒体前景危机四伏。“变则生，不变则亡”。当前，传统媒体应当主动适应当前媒介发展形态和趋势，积极实施媒体融合战略，全面拥抱新媒体，构建线上线下一体化的全媒体传播格局。要持续推动传统媒体的影响力向网络空间延伸，挺进主战场、筑牢主阵地，创新发展内容优势，完善全渠道融合传播平台，促进传统媒体加紧转型升级、向纵深发展，为新时期全力打造新型主流媒体赋能加力。

关键词：媒体融合；电视传播；发展趋势；发展根源；内容建设　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）01-066-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.01.018
本文著录格式：薄凯文．媒体融合是传统媒体向纵深发展的必由之路 [J]. 中国传媒科技，2022（01）：66-68.

随着移动互联网时代的到来，媒体融合是一场不容回避的自我革命，电视新闻开始面临新的传播业态和传播语境。新闻生产制作环节面临着全新发展，正在传播方式、传播内容、双向互动和服务方式上做出改变，主动运用新媒体手段融合创新，改造生产流程，推进技术升级，推动体制机制创新，积极探索全媒体发展方向。

1. 发展趋势：新媒体时代，传统媒体遇到严峻的挑战，恶劣生存环境下，媒界应该深度融合，打造新型主流媒体，坚定主心骨，筑牢主阵地

从国际上看，2000 年前后，新闻媒体收益开始断崖式下跌。而与此同时，以 Facebook 为代表的社交网站广告收益却呈现指数级增长。据美国新闻编辑协会统计，截至 2016 年，美国共有 500 多家日报倒闭。[1] 活下来的报社境遇也并不太好，或削减新闻报道，或缩小报纸的大小，或停止制作印刷版，或做了所有这一切，仍然摆脱不了下滑的颓势。以纸媒为代表，传统媒体的落寞说到底是盈利模式的崩溃。数字化进程打破了传统媒体的垄断地位，新兴媒体形态大口蚕食着传统媒体的广告份额。如此背景下，媒体裁员司空见惯，报纸停刊倒闭似乎是老生常谈，要么在等待中慢慢消亡，要么在转变中获得新生。

目前，媒体融合发展仍然处于试水阶段，新闻业重塑辉煌步履艰难。尤其在探寻产业盈利新模式方面，几乎没有可借鉴的成功范本。但是有一点大家达成了共识——技术是一切问题的解法，媒体融合必须技术先行。

在国内，传统媒体正加快转型步伐，架构新的传播体系，打造新的传播形态，媒体融合态势规模之大、方位之全、层次之深前所未有。 同时，媒体融合也面临流程再造，我们可以一分为二来分析，即把流程再造分为生产端和分发端。在生产端，传统媒体有政务资源、有专业能力，传播的公信力不可撼动。在分发端，社交媒体有资金、有技术，平台融合度高，可实现高效聚合、快速分发。两者之间各有优势、互补互增，互不可替代。传统媒体不可能像社交媒体那样紧盯市场，把盈利作为首要目标。因此，要把自身的优势做优，而在短板上要避其锋芒。当下，传统媒体在生产端打通技术环节，以此带动内容生产，实现联动协同，在分发端与优势平台寻求合作是明智之举。

信息时代，高新技术掌握在网络巨头手中。新媒体消灭了时间的滞后性，造成社会生活信息的直播化，传统媒体引以自豪的“快”已经成为互联网媒体的家常便饭。传统媒体如何加快转型，与新媒体整合发展？网络广告抢食市场份额的情况下，如何找到可持续的盈利模式？是摆在传统媒体面前的一个重大而又紧迫的课题。

实现媒体融合必须树立互联网思维。媒体是单向传播，互联网是双向交互——对媒体来说是“受众”，对互联网来说是“用户”；对媒体来说是视觉，对互联网来说是操作；对媒体来说是叙事，对互联网来说是信息；对媒体来说是内容，对互联网来说是互动……传统媒体人要从编辑思维转向产品思维，培育互联网基因，这样才能适应新兴媒体即时传播、海量传播、互动传播的特点。[2] 充分考虑用户需求，重塑新闻采编流程，重塑与用户的连接方式，实现一次采集、多元生成、多渠道传播。

2. 探寻根源：把传统媒体的影响力向网络空间延伸，充分发挥在舆论上的导向作用、旗帜作用、引领作用，唱响主旋律，掌握主动权

随着互联网普及发展，网络传播已经成为现代社会的主要传播方式，网络舆论已经是舆论的主要组成部分，网民已经是主要传播对象和传播的参与者。目前，中国网民规模已经相当于欧洲人口总量。据中国互联网络信

息中心统计数据显示，我国网民规模达 7.72 亿，超过全球平均水平 4.1 个百分点。我国手机网民规模达 7.53 亿，其中使用手机上网的比例上升明显。互联网已经融入社会生活的方方面面，深刻改变着人们的生产生活方式，越来越成为人们学习、工作、生活的新空间，越来越成为获取公共服务的新平台。

2019 年 2 月 21 日，“咪蒙”及其旗下的“才华有限青年”被各平台永久封号，并且不得“转世”。在被封之前，咪蒙是最有影响力的自媒体账号之一。咪蒙自己没有任何的价值观，它只是依靠冷酷的数据挖掘最受欢迎的内容，完全让市场来引导自己文章的观点取向和写作方式。咪蒙的案例说明，把健康食品和毒鸡汤放到一起自由竞争，胜出的很有可能是毒鸡汤。

当前，人们的价值观日趋复杂，利益诉求日益多样，新媒体发展形态日趋增多。种种现象表明，信息传播在互联网时代发生了深刻变化，主要体现在传播渠道、传播方式和传播对象上。各种思潮观念借助互联网和社交媒体广泛传播，影响着人们的认知、行为和价值观。媒体融合是为了占领舆论高地，巩固和壮大主流思想阵地，传统媒体要唱响主旋律，就必须向网络空间延伸。

2019 年 1 月 25 日，中共中央政治局在人民日报社就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习。习近平总书记在主持学习时强调，“要运用信息革命成果，推动媒体融合向纵深发展，做大做强主流舆论，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础。”

习近平总书记强调，“发展网站、微博、微信、电子阅报栏、手机报、网络电视等各类新媒体，积极发展各种互动式、服务式、体验式新闻信息服务，实现新闻传播的全方位覆盖、全天候延伸、多领域拓展，推动党的声音直接进入各类用户终端，努力占领新的舆论场。”人在哪里，宣传报道的触角就要伸向哪里，宣传思想工作的着力点和落脚点就要放在哪里。如果要掌握舆论阵地的主动权，传统媒体就必须不断推出具有自身特色、符合市场需求的内容产品。发挥专业优势，引导大众、设置议程，并保持巨大的话语权和影响力。推动媒体融合向纵深发展，广播电视必须坚定的迈出融合发展的步伐。

3. 移师网络：传统媒体应该当好主力军，挺进主战场，发挥好权威性和专业优势，发挥宣传效应，回应社会关切，以内容建设赢得发展新优势

习近平总书记指出：“在新的时代条件下，党的新闻舆论工作的职责和使命是：高举旗帜、引领导向，围绕中心、服务大局，团结人民、鼓舞士气，成风化人、凝心聚力，澄清谬误、明辨是非，联接中外、沟通世界。”习近平总书记所讲的这六个方面、48 个字，继承并创新发展了我们党对新闻舆论工作职责使命的一贯精神，是对新闻舆论工作职责使命最集中、最鲜明、最准确的概括，体现了新时代对新闻舆论工作的新要求，指明了新时代新闻舆论工作的努力方向。传统媒体要当好主力军，挺进主战场。

上海广播电视台通过融合原电视新闻中心、曾作为 SMG 独立子公司的看看新闻网和上海电视台外语频道，成立融媒体中心。融媒体中心汇聚了上海电视台主体新闻采编力量，重组形成一个融合态组织，最重要的变化就是将新媒体生产内嵌到组织内部。融媒体中心生产内容首先覆盖传统电视媒体渠道，同时以看看新闻客户端作为新媒体内容产品主要发布平台，新媒体端与电视端统分结合、渠道互通。

2019 年伊始，上海广播电视台融媒体中心转型升级打造《今晚 60 分》，新闻总时长又有所增加。以节目调整为抓手，实施节目层面的供给侧“去产能”改革，进而推动人员的结构性调整。进一步聚焦新闻主业，将优质的生产力量和优秀人才，充分集聚到打造“看看新闻 Knews”的影响力上来。对传统媒体的内容、资金、人才、技术、生产流程以及所具备的组织动员能力等要素实现广泛而深入的融合，在优化传统媒体新闻生产的同时，打造互联网新闻产品，向互联网传播领域进军。

在相距 175 公里的杭州，浙江广电以技术引领内容，打造以中国蓝云智能平台为主的技术体系，打造跨部门、跨媒介、跨平台的新闻采编“中央厨房”，旗下多个广播电视频道和新媒体矩阵一体化策划、一站式运作，多形态传播，探索富有“中国蓝”特色的融合创新之路。

2017 年 10 月，浙江广电围绕“融合传播”打造“中央厨房”——中国蓝融媒体新闻中心。集团旗下浙江卫视新闻中心、浙江之声新闻中心、新蓝网新闻事业中心和浙江新闻广播、电视公共新闻频道以及集团总编室、融媒体技术中心、资源研究开发中心等各部门相关人员入驻融媒体中心，每天召开“融媒早会”，加强一体策划、融媒采集、融合传播，实行全天候、常态化办公。

2019 年，浙江广电坚持广播电视和新兴媒体双核驱动一体化战略，倡导移动优先、科技引领，更好实现集团传播的拓面、提质、增效，推动新闻宣传主力军转向主战场，加速融合发展。浙江广电融媒体新闻中心加大了传统广播电视技术和互联网新媒体技术的深度融合，充分发挥新技术在采访、编辑、传播中的重要作用，以强大的技术力量为优质内容的生产提供支撑，拓宽了新闻报道的方式方法，在新媒体端形成传播优势。

2018 年年底，湖北广播电视台被授予“2018 年 IDC 中国数字化转型大奖运营模式转型领军者”殊荣，获得这一嘉奖的原因是其规划实施的“长江云平台”为国内广电媒体的融合发展提供了有益借鉴。

2016 年，“长江云”融媒体内容生产平台项目建设正式启动，其利用互联网思维、大数据及云计算技术，无缝兼容台内现有的新闻制作、播出、媒资等业务系统，

高效整合采编系统，构建了一个统一指挥调度、多渠道融合生产、智能大数据分析的智能化媒体融合云平台。现在长江云平台实现了省、市、县三级媒体平台融合，作为全国首家省级新媒体云平台，长江云平台迄今已建成上线 119 个市州县客户端，接入政务类、媒体类微博和微信公众号共 8000 个，74 家省直厅局入驻着力打造政务部门、新闻媒体、高校、企事业单位等的微博、微信、客户端产品，形成“政务＋新闻＋服务”的移动新媒体“航母”平台，打通了全省各家媒体间的内容、用户和运营数据等资源，实现全省跨行业、跨地域的媒体共享和联动。

移动互联网时代，在优质内容生产方面，传统媒体拥有专业化的采编人才队伍、权威的信息渠道和规范的采编流程。[3] 通过融合发展，把这些优势发挥出来，并延伸到新媒体，进一步构筑网上网下同心圆。

4. 有“融”乃强：传统媒体要积极探索新媒体发展规律，适应市场需求，筑牢主渠道，打通主动脉，打造新型主流媒体

“互联网＋”时代，每一次挑战，同样是机遇。以广播为例，传统媒体遭遇寒冬，广告份额却逆势增长，得益于智能语音设备在手机端的应用，人们不受时间地点的局限，随时可以收听。人工智能还可以推送专属资讯内容，甚至还有新闻＋音乐＋趣味服务功能的混搭，这些资讯可以帮助人们生活得更有效率、更健康、更智慧。正是“互联网＋”给广播行业带来了发展的转机。

电视作为视频产品同样不会消亡，视频是传播的最高形态，仍然处于传播链的高端，只是节目生产部门要以内容策略的变化应对用户的变化。因为数字时代，改变的本质是数据对内容的分发，传统媒体失去了平台优势，必须以“融”的方式协同生产，体现自身的价值。

相对于发达地区，吉林广电在媒体融合上应该立足自身，不做增量做变量，不求全而做精，不重量而重质。比成色，不比大小。不论金条还是金砖，含金量都是 99.99%，重量上可以有差异，但纯度和成色上无差别。尽可能利用现有资源，在框架内寻求突破和发挥，是金子总会发光的。

传统媒体的数字化转型实际上是生产流程的再造，打破传统新闻边界。[4] 技术先行、内容为王、体制保障，改变的是机构的运作结构、记者的工作方式、新闻生产流程，乃至深层的思维和价值观。在平台层面实现内外融通，在技术层面实现分享共享，在产品层面实现移动优先。可以用“三个一”来概括这一协作体系，即一个天池云平台，一个技术标准，一系列内容产品。值得建议的是，技术发展本身是一个渐行渐近的过程，目前传统媒体在技术层面的应用，更多面向内部内容生产的融合需求，对外还未形成较成熟的商业模式，探索的步伐比较谨慎，投资方面也必须慎重。

从产品层面看，新媒体流行的短视频＋社交背后是算法推荐＋精准分发。透过现象看本质，媒体转型，其中一项重要的工作是推动工具向平台转变或对接，提升信息匹配效率和质量，保持内容和用户兴趣的关联度。

习近平总书记提出，要通过媒体融合发展，“着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体。”推进体制机制创新必须以更大的勇气和决心，融合各类资源，调整生产流程，理顺各种关系，破除体制机制弊端，构建科学规范、行之有效的制度体系。新闻媒体推进体制机制创新，就要把改革的着力点放在面向受众用户、面向市场上，提升媒体传播力、引导力和影响力。

传统媒体应加大对新媒体项目、微信公众号的扶持，更加重视首创、首发、首播，甚至用一天一条独家新闻的方式做大影响力。充分挖掘和整合信息资源，满足用户多样化、个性化信息需求。

找到风口就找到定位，找到痛点就找到需求。就吉林广播而言，应该做好横向、纵向两个打通。横向打通，成立融媒体新闻联盟，提升舆论引导新优势；纵向打通，成立全媒体行业联盟，打造融合传播新业态；合纵连横，培育创新发展新机制，整合优势资源，打破采编部门“各自为政”的局面，联动协同、扩大传播。

在新媒体转型中，传统媒体“互联网思维”还体现在认识到技术的局限，重新发现人的价值，向机器无法取代的方向发展。[5] 媒体形态变革引发能力危机，一方面要建立考核指标优胜劣汰，一方面培养和发现人才，建设一支强有力的人才队伍。具有精湛的业务能力和思想觉悟，才能推出有思想、有温度、有品质的内容产品。媒

参考文献

[1] 张宸 . 数字时代美国媒体的发展状况与趋势——解读皮尤报告《新闻媒体状况 2016》[J]. 新闻与写作，2016（9）：37-41.

[2] 王菁 . 新媒体时代编辑的思维转换 [J]. 新媒体研究，2018（5）：132-133.

[3] 张丽萍 . 基于全媒体的传统媒体与新媒体的融合策略研究 [J]. 中国传媒科技，2020（5）：73-75.

[4] 郭莎 . 数字化新闻生产下的传统媒体发展路径研究 [J]. 今传媒，2020（6）：114-116.

[5] 汪云，赵洁薇 . 新媒体下电视台互联网思维的运用 [J]. 中国传媒科技，2019（5）：39-40.

作者简介：薄凯文（1976-），男，吉林通化，主任记者，研究方向：新闻学。

（责任编辑：胡杨）